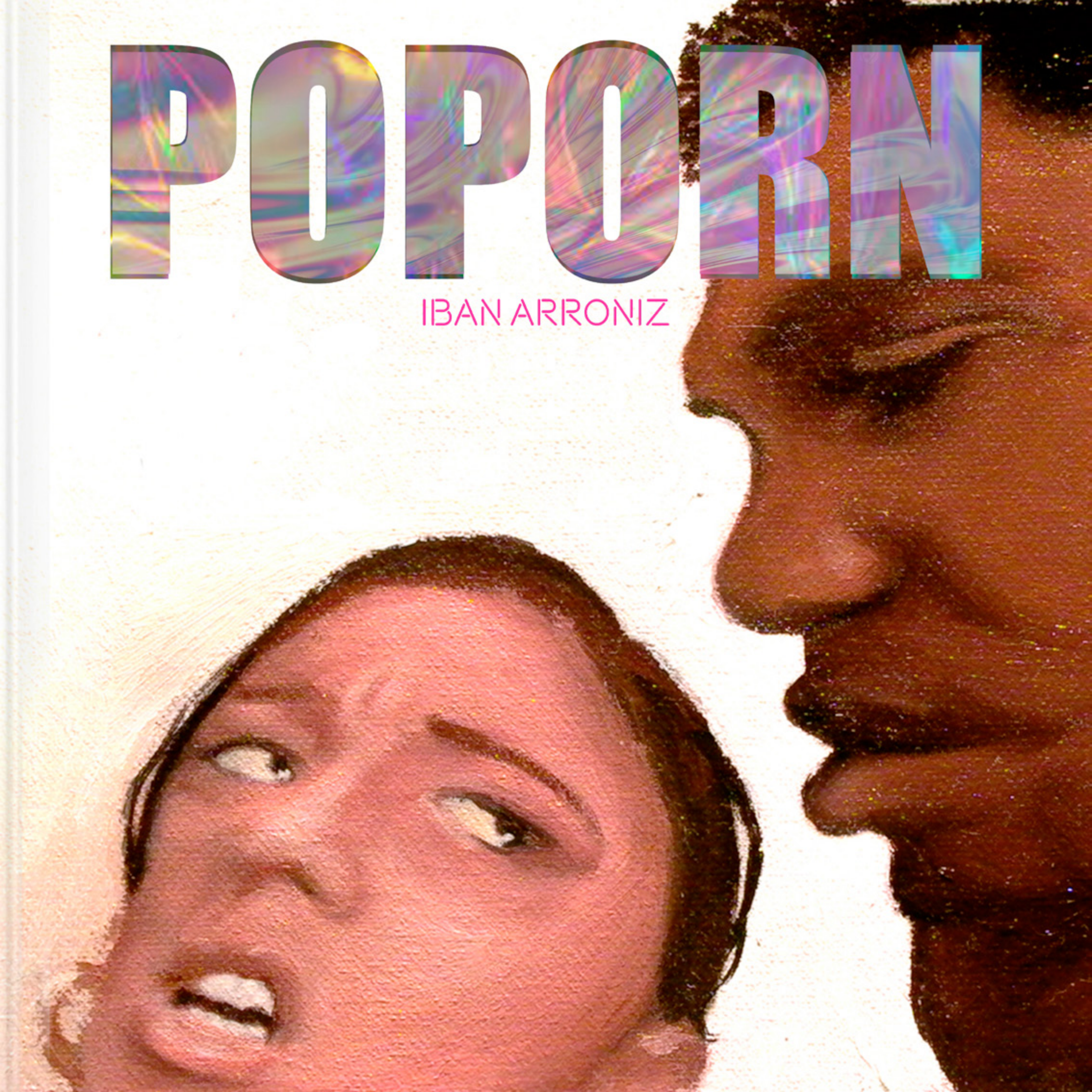


POPORN

IBAN ARRONIZ



POPOPORN

IBAN ARRONIZ

ALLE BILDER UND WERKE ANGEFERTIGT UND GESTALTET DURCH IBAN.A.
ALLE WERKE SIND IM WOHNATELIER (VITORIA, SPANIEN UND BERLIN, DEUTSCHLAND) ENTSTANDEN.

DURCHFÜHRUNG: STADTRAT VITORIA, KULTURZENTRUM MONTEHERMOSO, IBAN ARRONIZ.
KUNSTPRODUKTION: IBAN ARRONIZ, KLAUS THEUERKAUF, ARTURO BOSIO.
AUSSTELLUNG: ENDART GALLERY, BERLIN.GALERÍA JAMETE, CUENCA. LA SERILLA GALERÍA, BARCELONA. MUSEO ARTIUM MUSEOA, VITORIA.
AUSSTELLUNGEN KURATIERT VON: KLAUS THEUERKAUF. (BERLIN) / CARLOS CODES.(CUENCA) / PABLO MILICUA.(BARCELONA) /
DANI CASTILLEJO, VIRGINIA TORRENTE (VITORIA).
MULTIMEDIA PRODUKTION: JOSU HIERRO, IBAN ARRONIZ.
GRAPHIC DESIGN UND MULTIMEDIA DESIGN: IBAN ARRONIZ.
CD-ROM MUSIK: "NEW DAWN FADES" VON JOY DIVISION. COPYRIGHT CENTRE DATE CO LTD.
ASSISTENTEN BERLIN: IRIS CHRISTINA BUCHNER, MARY MATHIUS, EDURNE HERRÁN.
ASSISTENTEN VITORIA: ARACELI DE LA HORRA.
FOTOGRAFIEN: JOAQUIN LARA, EDURNE HERRÁN. IBAN ARRONIZ, JAN SOBOTTKA, JAMETE GALLERY STAFF.
TEXTEN: DORLETA ORTIZ DE ELGUEA, IBAN ARRONIZ.

DANKSAGUNGEN AN: KLAUS THEUERKAUF, ENDART GALLERY BERLIN, DANI CASTILLEJO, EDURNE HERRÁN, JAVI PILOTO,
IRIS CHRISTINA BUNCHEN, MARY MATHIUS, IZASKUN, JOAQUIN LARA, CARLOS CODES, DORLETA ORTIZ DE ELGUEA, KOKO RICO,
ANKE WOLLMANN, VIAJES AMALUR, WORLDSEX.COM, BANGBUS.COM, DOGFART.COM, PINKWORLD.COM, ZADINA.COM.

COPYRIGHT 2003 PLAY RECORDS (CD ROM).
COPYRIGHT 2023 IBAN ARRONIZ.





Rocco Siffredi, Acrílico y óleo sobre lienzo, 180 x 100 cm. 2001.

*[Mmm...sí, creo que la primera vez que pensé en hacer la serie **Poporn** fue cuando terminé **Rocco Siffredi**, pero no estoy seguro, porque en esto, como en tantas otras cosas, el cerebro acaba por venderte tu propia publicidad]*

IBAN ARRONIZ

Lo más cómodo que se puede decir de la obra de Iban Arroniz en general, y de su serie Poporn en particular, mítica y destacada en el conjunto de su obra, es que el artista gusta de jugar a la provocación, y aunque a esta afirmación no le falta razón, se quedaría en una somera descripción de su intención. Lo que es evidente y palpable es su fresco y franco descaro en la interpretación cargada de irónica crítica social. Detrás del cristal de sus gafas de magno miope, un ojo sumamente crítico y ácido al que no se le escapan los múltiples aspectos de una sociedad neoliberal, cruel, idólatra de aquel becerro de oro del que nos hablaba la Biblia, becerro al que la propia iglesia rinde entusiasta pleitesía, todo hay que decirlo, nos desnuda las mentiras disfrazadas de verdades a través de la exégesis de los iconos publicitarios de una época, en la cual el sexo explícito y la pornografía son casi lo más inocente que podemos encontrar, pues si en la plasticidad de esta serie el sexo es mostrado sin tapujos, en la realidad, la pornografía se esconde tras perversos mensajes subliminales, insidiosos transformadores de la percepción de lo que llamamos realidad. La publicidad remodela nuestro cerebro. Ya hoy en día cualquier ciudadano medianamente informado conoce lo que la insistencia y la machaconería pueden hacer con nosotros, y si no, hagan una ouija y pregúntenle al bueno de Goebbels. Si esta persistente publicidad va aderezada con un bonito logotipo y un cuerpo sexualmente atractivo, en su mayoría de género femenino, el éxito está asegurado. También se puede afirmar, con poco temor a equivocarnos, que la pornografía sexual es la más rudimentaria de las pornografías que nos rodean a diario.

Centrándonos en la serie que nos ocupa, Poporn, podemos decir desde nuestra perspectiva particular que ha conseguido un logro inusual, y es su acusadísimo sincretismo en el cual lo bello, la seductora aplicación del color, el excelente dibujo atraen al espectador lo mismo que la finalidad del mensaje lo puede llegar a repeler. Lo que el filósofo Byung-Chul Han denomina “lo pulido” en su breve pero importante ensayo “La salvación de lo bello”, es decir, aquello hermoso, atractivo, de fácil decodificación, esos bonitos cuerpos, esos atrayentes logos bien pensados y reconocibles que a priori nos llaman la atención en la obra, inmediatamente se ven brutalmente mancillados por su narrativa sin anestesia. Esta característica es una constante en la obra de Arroniz y nos la encontramos en otras series, como Fossa Sanguinis, donde con un fabuloso colorido, a través del estilo gráfico del cómic, nos muestra una serie de horrores de difícil digestión.

No obstante, hoy por hoy el tipo de anuncio al que hace referencia la serie Poporn ha quedado obsoleto. A la simpleza intelectual de la sociedad actual le corresponde otro tipo de tabloide. Uno más blanco, más plano, una suerte de insulto a la inteligencia constituido por anuncios televisivos low cost que han pasado de despertar en el complaciente público la admiración por el poder y el magnetismo sexual de las chicas y chicos Martini- con la consiguiente frustración que eso conllevaba- a jugar impúdicamente, también de manera un tanto pornográfica, con la medianía en una puesta en escena cutrona, con un mensaje promotor de la oligofrenia y fuertes dosis de autocomplacencia. Este desolador paisaje, retrato fiel del páramo intelectual por el que transitamos, contribuye a que la serie de Iban Arroniz evolucione de una magnífica sátira plástica a un documento de arqueología publicitaria.

PLÁSTICA DE LA SERIE

El dibujante y pintor Iban Arroniz domina la figuración. Ya sea utilizando medios tecnológicos actuales o con un lápiz o plumilla, dibujando a mano alzada, consigue hacer surgir el pathos en su obra. En los lienzos de medio formato, evocadores del más puro Pop americano, corriente ésta en la que da la impresión de sentirse como en su casa, donde las figuraciones clavan las actitudes, posturas, texturas de los personajes hasta el punto de que a cierta distancia creeríamos encontrarnos con una fotografía amplificada de la revista Hustler, hasta los dibujos realizados en Berlín, donde tanto el trazo como la intención humorística del dibujo (un humor negro, ácido, particular) nos muestran al Arroniz más genuino, ese que en ocasiones puede recordar los dibujos satíricos de Honoré Daumier, pues cabe destacar que el pintor no da puntada sin hilo y será probablemente muy difícil encontrar entre toda su obra alguna que sea un simple ejercicio plástico, alguna abstracción, pues su trabajo parte de la equilibrada mancomunidad de idea y expresión.



David Berkowitz.
Gouache, lápices de color, tinta y sangre sobre papel.
18,5 x 23,5 cm. 2012.

Dorleta Ortiz de Elguea

DEL HARTAZGO AL PROYECTO.

Me es bastante difícil recordar y, por tanto, revelar cómo se pergeñaron las obras de la serie Poporn en en mi cerebro transcurridos ahora más de 20 años. De lo que sí soy consciente es cuales fueron “las chispas” que encendieron aquel motor discursivo y artístico. Porque fueron dos.

La primera vagabundeaba mi psique desde hacía algún tiempo durante el final del siglo pasado.

La sospecha de que las mujeres que aparecían en el porno, (como las del cine convencional o la publicidad), no habían abandonado durante sus actuaciones el carácter práctico de superviviente en el papel que la sociedad sexista de la época les había adjudicado en el día a día. Y que no por ser habitual, la repulsión de éstas hacia ese papel sería menor. Visos de esa teoría ya se podían vislumbrar en una de mis obras de 1997, *One contemporary woman’s nightmare* (Pesadilla de una mujer contemporánea). Un “cover” u homenaje pictórico a Roy Lichtenstein en el que asistimos al escáner del pensamiento de una mujer (una lista de la compra) mientras un pene eyacula en su rostro.

La segunda “chispa” no era sino la indignante certeza de que el marketing de los media no sólo insultaba la inteligencia de los consumidores, sino que no se había tomado ni siquiera la molestia de ocultarlo, de modo que el insultante medio se convertía en el insultante mensaje, y viceversa. Y es que ahora es difícil imaginar cómo era la publicidad sexista de entonces. En los 60-70 habían utilizado a la mujer como epítome del ama de casa para que se deseara el producto. Los directivos de las compañías habían dado un paso más allá hasta finales de los 90, haciendo que fuera la mujer de la imagen la deseada, objetualizando a ésta, y dándole al logo o producto una función de acompañamiento, confiando en que el consumidor, en este caso el hombre, confundiera una cosa con la otra. No sólo denigraban a la mujer, sino que insultaban la inteligencia del hombre de igual manera.

Sí, mucho antes del #metoo, a muchas personas de ambos sexos nos chirriaban muchas cosas sin tener que ideologizarnos.

Cuando terminé *Rocco Siffredi*, en 2001, en el estudio que alquilaba en la calle Zapatería de Vitoria, me percaté que ya había realizado hacía poco otro, *Peter Parker*, donde volvía a unir, al más puro estilo Pop, los logos de conocidas marcas para darle otro significado al significante. En *Rocco Siffredi*, por ejemplo, la pila de Duracell se convertía en la energía sexual del actor porno, que haría que el *conejito* de su célebre publicidad funcionara noche y día. Y viceversa, el actor se convertiría en una mera máquina penetradora, sin más pasión que la que la industria para la que él trabajaba le insuflara con su sueldo. Como se ve, me pareció que valía la pena incidir en el cruce de sentidos para hacer a la obra más *leíble* que *visible* solamente. Por eso, y no por otra cosa, considero a dicha obra la iniciadora de la serie subsiguiente, si bien, paradójicamente, no pertenece a ella.

FIRST WE TAKE MANHATTAN, THEN WE TAKE BERLIN.

En el verano de 2002 me encontraba en Berlín acompañando en su beca Erasmus a mi entonces pareja cuando en las escaleras de una discoteca conocí fumando a Klaus. Regentaba una galería en Kreuzberg, por entonces un barrio popular por ser un foco artístico y cultural. Cuando vio mi trabajo y visité su galería, Endart, acordamos que el siguiente año él haría un hueco con tal de que expusiera material nuevo. Mis reticencias al carácter frío del Alemán medio y mi no tan lejano recuerdo de mi tormentoso paso por Nueva York me tenían en cierto estado de alerta con la perspectiva de tratar con desconocidos y exponer en el extranjero. Durante el fin de ese verano logré disiparlo. Es ahí cuando, de regreso aquel otoño a Vitoria, y ya sin estudio, me propuse crear algo de calidad técnica pero de dimensiones razonables. Decidí abordar la crítica publicitaria desde un vértice un tanto arriesgado. Sería una tentativa de abordar las obras como estampas de la llamada “contrapublicidad” (al estilo de Adbusters) pero con la singularidad de que perpetraría las obras sin que en muchos casos aparecieran los genitales, pero dejando claro que se trataba de imágenes sacadas del mundo del porno. No tardé, sin embargo, en cruzar esa línea también, animado por el gran resultado que me daban las nuevas tecnologías combinadas con las clásicas. Descubrí que se podían plotear los lienzos de pequeño formato de una forma barata, pudiendo ejecutar mis pinturas encima de dicho lienzo al óleo en tiempo récord, debido en parte al pequeño tamaño, en parte al contar con las



One contemporary woman’s nightmare.
Acrílico sobre lienzo, 160 x 150 cm. 1997.



Peter Parker.
Acrílico sobre lienzo, 120 x 90 cm. 2001.

líneas maestras ya dibujadas en lienzo. El trabajo de composición de las imágenes fueron tan divertidas o más que la ejecución pictórica de las mismas sobre los lienzos. Pensaba reírme de cualquier marca, hiciera o no un tipo de publicidad sexista, abriendo un nuevo campo, el de la crítica “preventiva”. También incluí marcas populares en Alemania que había recuperado durante mi estancia en Berlín. Cuando el Centro Cultural Montehermoso tuvo a bien previa convocatoria gestionar y pagar la exposición, tuve el privilegio, y la prisa, de ponerme a pintar ese verano. Cuando aquel avión de la KLM salió del aeropuerto, le pedí a la azafata me dejara viajar junto a las puertas de emergencia con mis lienzos. Había construido unas cajas de cartón que mantenía sus superficies libres de contacto con nada que no fuera el aire. El óleo todavía estaba húmedo. Una vez allí, y a dos semanas de la exposición, Klaus me pidió que completara con 10 dibujos la exposición. Tras regalarme unos viejos óleos que albergaba en el sótano de su galería, me encerré unas tardes en el piso de Schöneberg con el fin de acabarlos a tiempo. El 25 de julio de 2003 se inauguró, en el 36 de Oranienstraße, “Poporn”.

LOS MEDIOS Y EL MENSAJE.

Cuando, en los años subsiguientes, se me presentó la oportunidad de exponer este mismo material en España, el asunto, en lo que a lo mediático se refiere, alteró un poco mi percepción sobre la prensa. No sólo por la ignorancia palmaria que demostraron algunos de ellos sobre mi el resto de mi trayectoria, sino porque certifiqué apesadumbrado que, por el contrario, el público en general había entendido el mensaje sin atender a la forma, mientras que la prensa había confundido la forma con el mensaje. Una periodista sugirió que usaba el porno como reclamo para vender más obras. En un medio de prensa escrita mayoritario del país, en una crítica a mi serie con motivo de una exposición colectiva en un museo, se describió mi obra como “confusa” por mi forma de vestir en la inauguración de la misma, “enseñando pelambre-ra” (sic). Por otra parte, dicha serie me proporcionó conocer a coleccionistas de arte, comisarios, artistas y variopinta fauna del arte patrio y extranjero.

CONSUMO ¿CONSCIENTE?.

Como ya he citado anteriormente, la huella que Berlín dejó en la obra atiende más a un contagio que se dio de manera natural. Al fin de al cabo, uno crea con los elementos que lo circundan. Esa influencia se hace patente en obras como *Bären Marke*, *Haribo*, *Turm Sahne*, *San Miguel* (donde perpetro un homenaje a una obra del colectivo Endart de 1985) o en *Franciskaner*, cerveza de trigo que descubrí allí y de la que, aún hoy, soy fiel consumidor. En la exposición de Barcelona pasó algo muy parecido, al retratar al entonces todavía político en activo Pascual Maragall para *Pascual*.

NO SÓLO ELLOS.

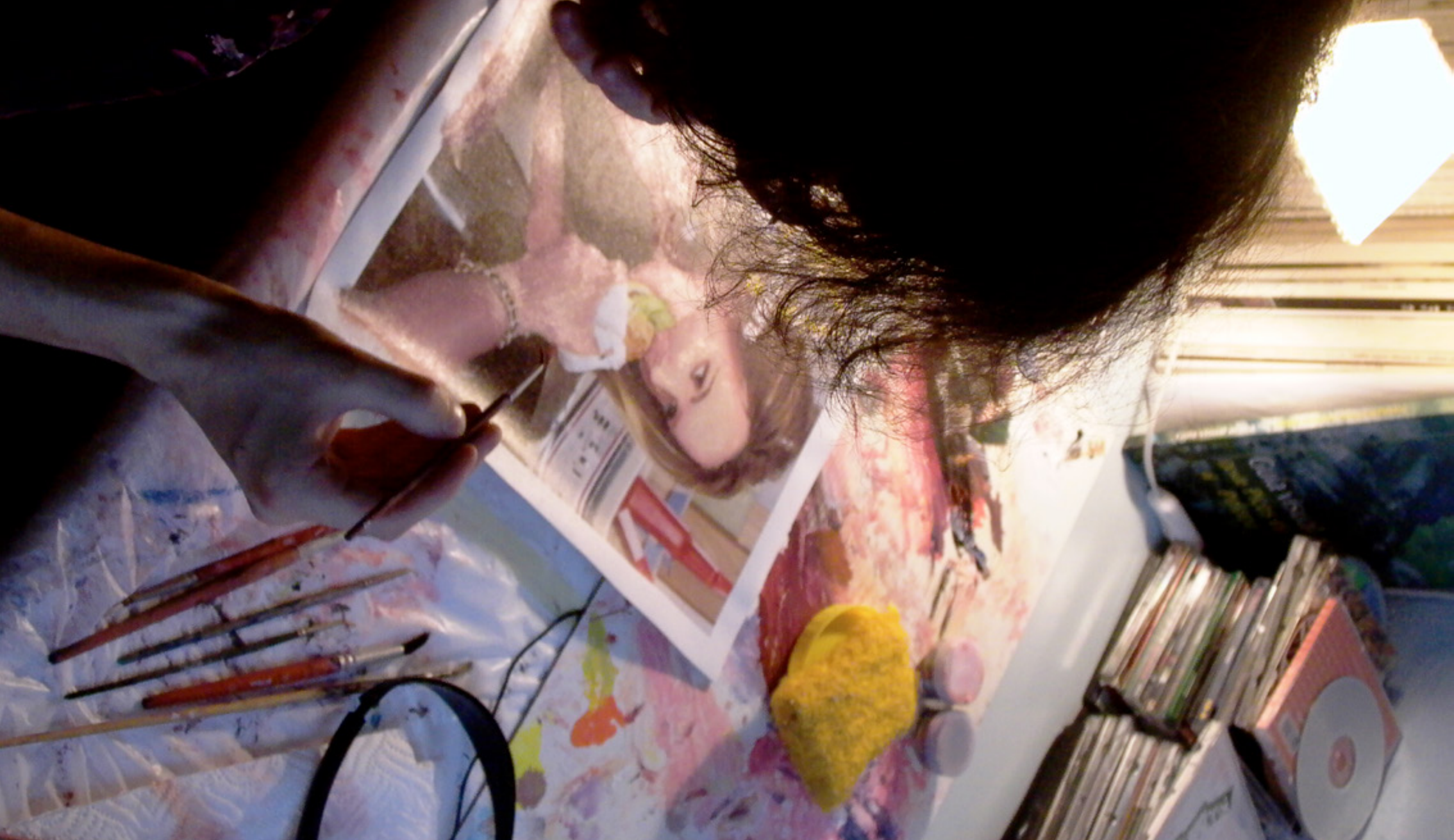
Con *100 trade women*, una obra anterior a la serie, pero que descansaba sobre el mismo discurso, conseguí fotocopiar los logos de las marcas sobre los originales de las chicas ya dibujadas sin que éstos sufrieran daño alguno por parte de las máquinas fotocopadoras. Un logro reseñable de la imprenta Arco de Vitoria, habida cuenta de que lograron 100 resultados con 0 daños, donde en cada impresión se jugaba el que el logo no se desviara ni un centímetro, pues el original resultaría inservible. Elegí conscientemente marcas de consumo predominantemente femenino (cosméticos, higiene y tratamientos médicos femeninos, moda interior femenina) para lanzar la idea de que el poderío del ideal de belleza física en la mercadotecnia también iba dirigido a ellas, si bien los objetualizados no eran “ellos”. Curiosamente, lo eran ellas también. Consumo basado en la imitación, no en el deseo sexual.

Espero que este torpe prólogo haya ayudado (o en su defecto acompañe) al disfrute que les deseo de mi obra. Creí conveniente aclarar intenciones a fin de que los hurones de lo políticamente correcto alejaran sus emporcadas garras de mis creaciones.

Como diría Carlos Codes, Salud y arte.

Iban Arroniz











The lack of an specific definition for what the pornography is,..... has always pissed me off.
The official Spanish Dictionary RAE has it not inside, only shows a closer written form.
Says: “ Pornography (from pornographer) .Obscene character of artistic or literary artwork”.
Alright!! at least it got “art” word inside. Probably ‘cause in Spain, after 40 fuckin’ years of dictatorship, the only ways that pornography appeared in the media were artistic ones. Photography, cinema etc....
But the point i’m about is...¿What about the law?
USA generates 10.000 M dollar of benefits per year with pornography.
Senate Supreme Court of this country defines pornography as “ Any act that has not artistic merit and causes sexual thoughts”.
Well....those motherfuckers not even give an artistic merit to the matter!.
Anyway, no problem, let’s guess i accept the law, but.....
So what the fuck is any commercial (USA and Europe) but an “act that has not artistic merit and causes sexual thoughts” buddy?
A car commercial= I sell you sex. Deodorant commercial = I sell you sex. MTV commercial=I sell you dirty sex.
Chocolate roll for kids commercial =I sell you inexpert sex.
I mean...¿It’s only me? Or when i see a girl in a commercial spilling the head of a beer over her body in bikini i should think “Yeah, sure it’s done with the best yeast boy!, i’ll buy it” ¿Are they kiddin’?
They insult our intelligence every day. Purely.
THAT’S why i decided to use my artistic expression way to say: “Ok, let’s sell sex stupids, i’ll help you bloody sexist corporations, no wage!
But let’s do it real,bastards! Don’t lie to the customer! Don’t pretend we are not talkin’ about it when we’re doing it bastards!
Let’s put a guy on a tight pants sweating on a San Francisco slope covered with a billion stud’s spunk to sell a fuckin’ milky bar.
-A milky bar, please!
- Here’s your fantasy
- How much?
- 70 cents
- Ok, bye!

Iban Arroniz, Berlin 2003.







Iban Arroniz presenta en la galería Endart de Berlín la exposición titulada “Poporn”. Para esta ocasión el autor gasteiztarra ha llevado hasta la capital Alemana lienzos de formato medio, óleos en los que las imágenes extraídas de revistas y películas pornográficas cohabitan con nombres de marcas comerciales. De esta forma el autor recrea diálogos entre imágenes eróticas y la erótica de la imagen de marca, mediante una hábil yuxtaposición en la que aparecen dobles sentidos y sentidos viciados.

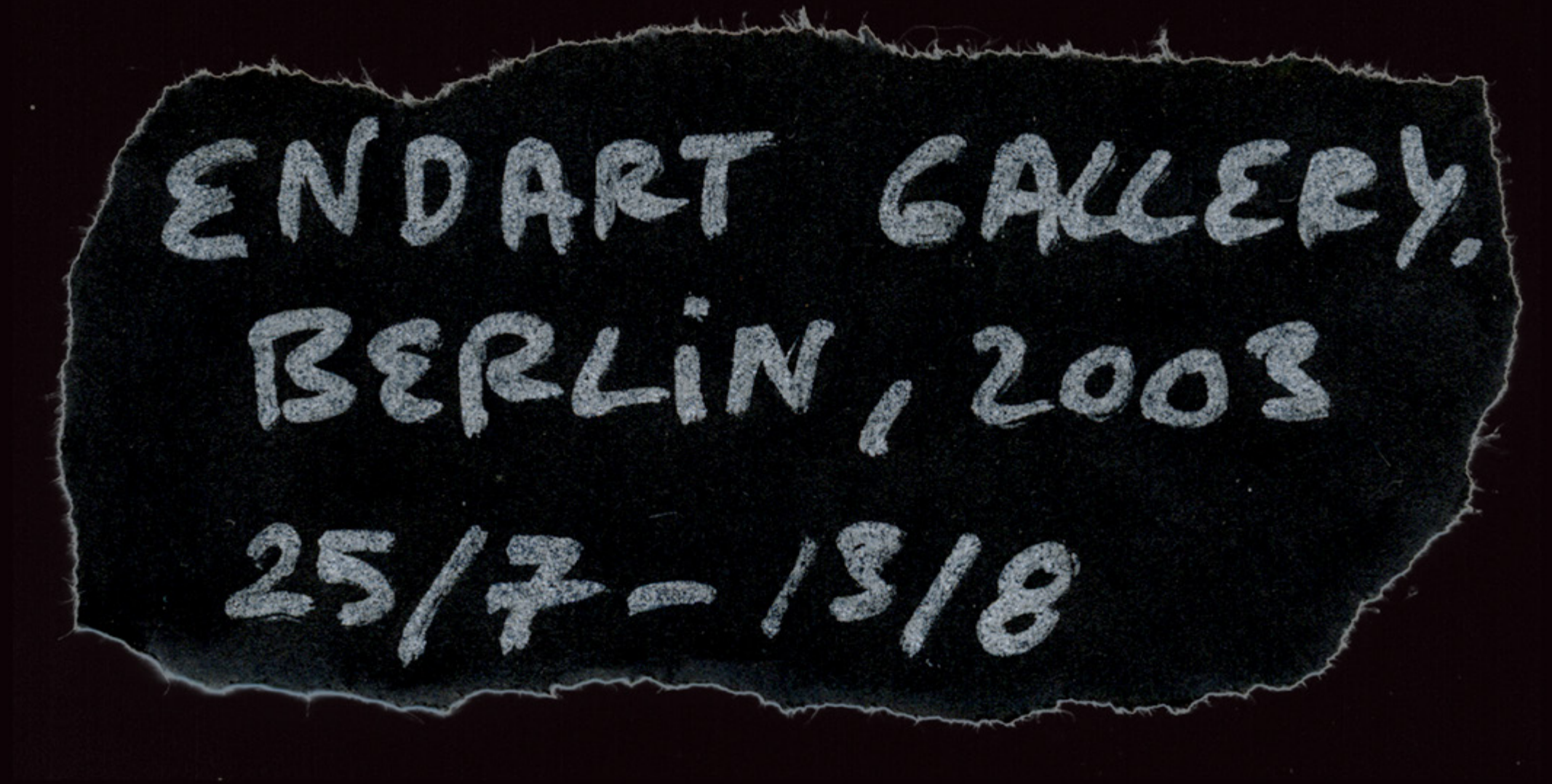
Son diez pinturas que el autor realizó en Gasteiz, pero que no han sido mostrados con anterioridad, a las que se une una serie de dibujos de formato medio que ha realizado durante su estancia en Berlín.

Estos dibujos abocetados con tinta y coloreados con un óleo rebajado y fino a modo de acuarela, inciden en la misma temática crítica: el cruce de significados entre la publicidad sexista predominante en los media y los referentes porno-eróticos de rabioso brillo en los que se dan cita los mismos clichés que en el espectáculo mediático.

Para las composiciones de los cuadros el autor se ayuda de técnicas informáticas y del “ploteado” previo del lienzo, en lo que supone una equilibrada conjugación de técnicas. Arroniz ha usado para esta ocasión marcas en su mayoría alemanas, acorde con el contexto, circunstancia que ha precisado de un trabajo previo de “consumo consciente”.

El resultado es un guiño bizco al pop-art de Mel Ramos y al porno de Andrew Blake en una suerte de imágenes indecentemente publicitarias. Como le gusta decir al propio autor: “*Escatología mercantil. Mensaje balístico directo a la retina. Instinto sexual prefabricado.*”

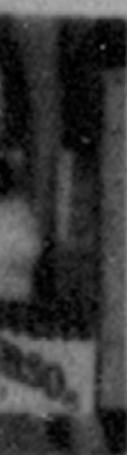
Fito Rodriguez / Diario Gara. 2003,







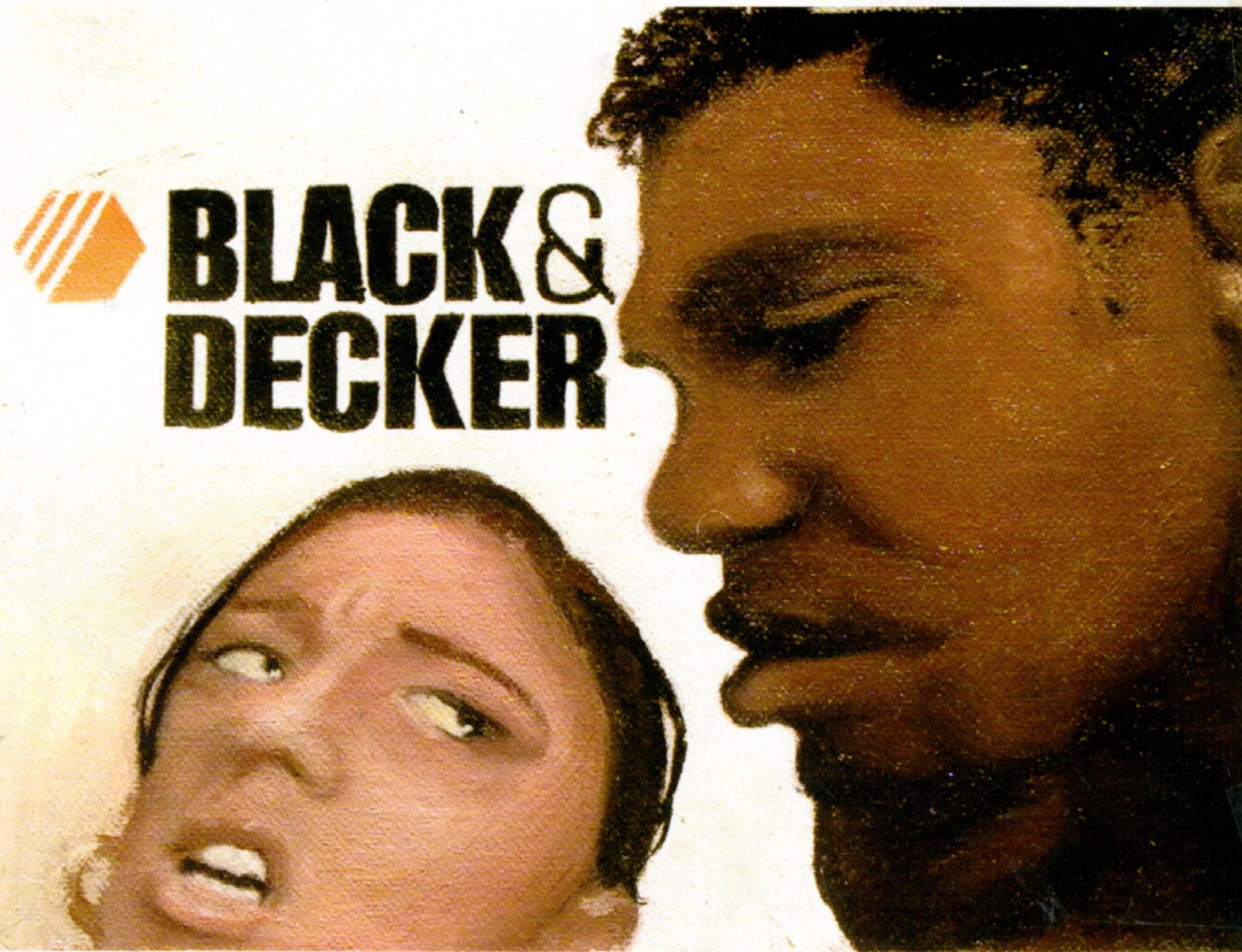












Einladung zur Vernissage

Iban Arroniz

am Freitag, den 25. Juli 2003
um 20 Uhr

endart

Oranienstraße 36 10999 Berlin
Telefon 6153317 Fax 61401840

Ausstellungsdauer:
26. 7. bis 13.8. 2003
Dienstag bis Samstag 16 bis 20 Uhr



Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz
Vitoria-Gasteiz (No Urdia)

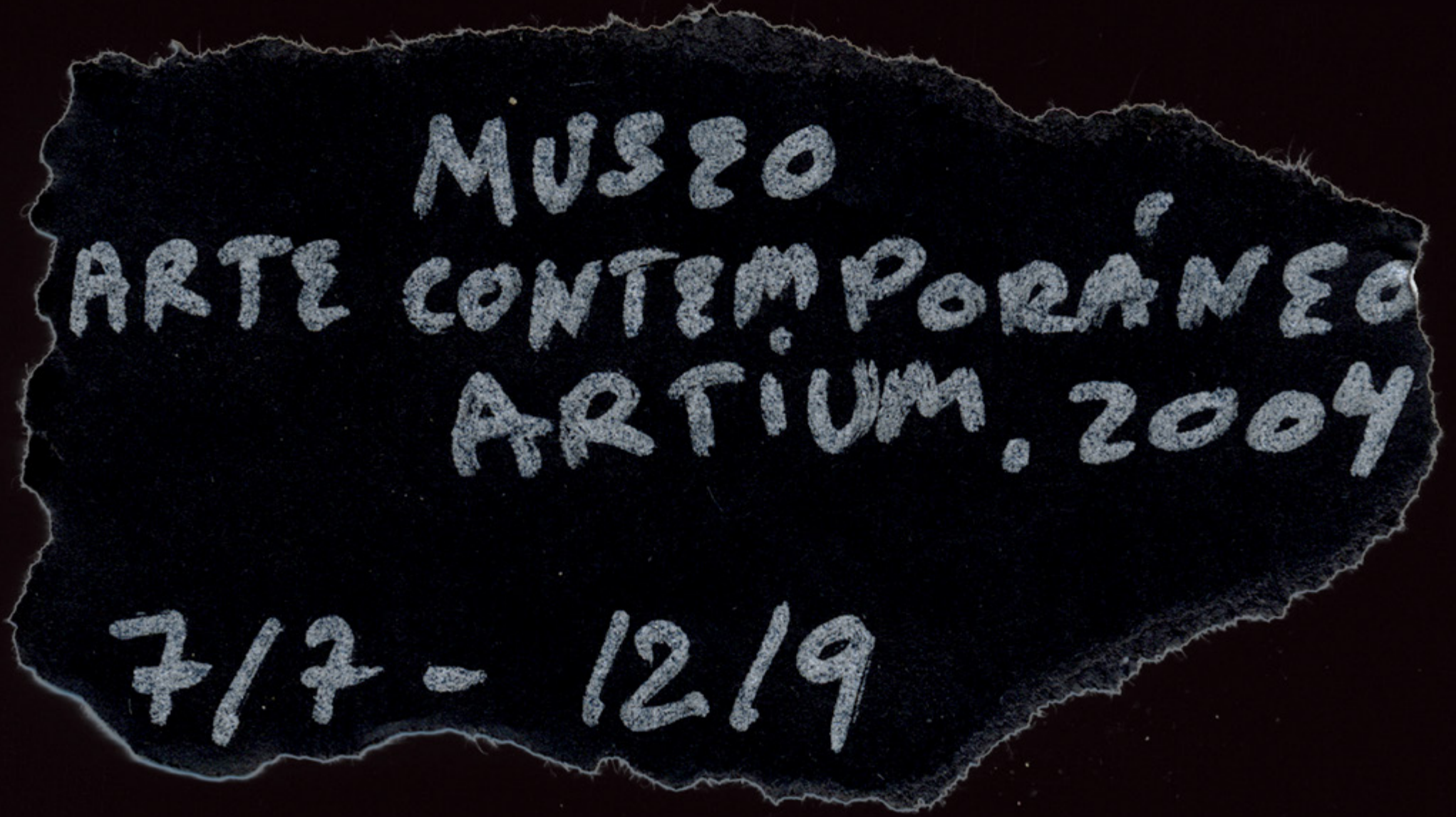


CENTRO CULTURAL ANDONI ETXEPARE

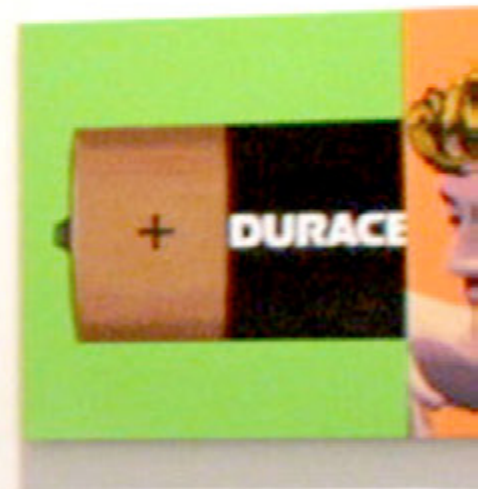
POPO RN

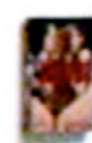
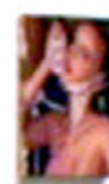
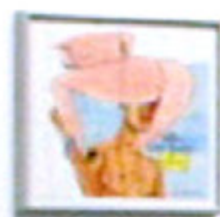
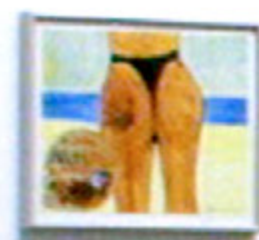
[...]Su obra es trabajo duro, porque todo lo pinta, porque la vida no es tan fácil. El dibujo de Arróniz es trabajo doméstico y técnica clásica, pasando en cuanto al estilo por el pop y en la interpretación del asunto, por la más cínica de las manipulaciones de los mass-media [...] Arroniz trabaja un mundo que es cercano a un Raymond Pettibon obsesionado por la pornografía, en el sentido de la exageración y la serialización, como es el caso de *100 Trade Women*. Al igual que el artista californiano, comenzó haciendo fanzines, y su relación con el *rock* también existe... lo que en Pettibon son los bocadillos de los personajes que hablan, en Arróniz se convierten en logos de marcas por todos conocidas. En Arróniz cohabitan, en el sentido más guarro del término, la perversión del lenguaje y los mecanismos mercantilistas más bajos posibles, como arma arrojadiza e instrumento de seducción a la vez [...]

Virginia Torrente









RAY PETERSON
DURACE
2011
OIL ON CANVAS
100 x 150 cm



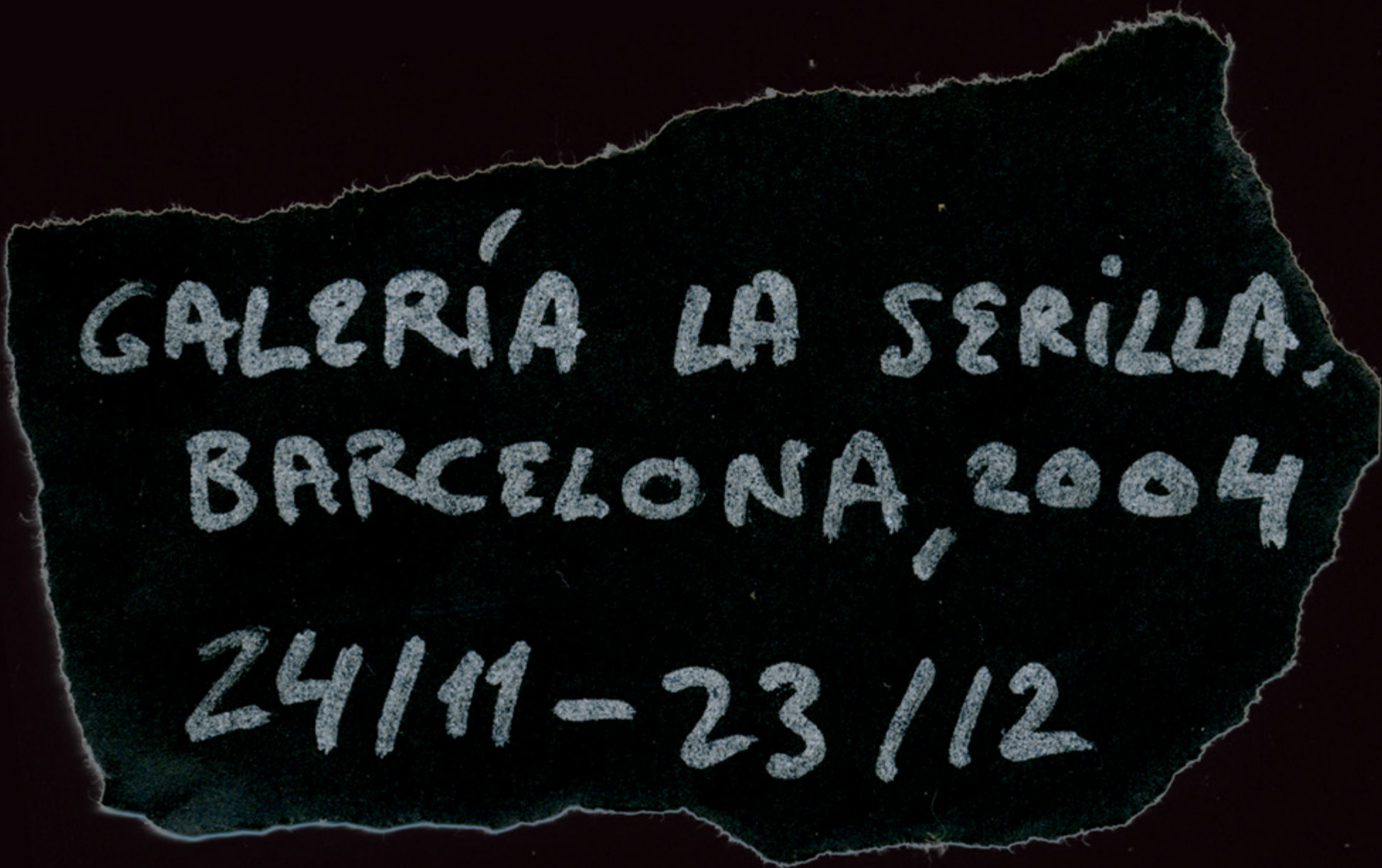


Estoy en el bar de la galería La Serilla , el flyer de la expo en la mano para darme un poco de aire. “Are you hot?” me pregunta un chico sentado a mi lado “‘cause that’s the effect of my paintings usually!”

Difícil hacerme la ingenua, las paredes están cubiertas de publicidad de grandes marcas version porno / trash: piernas abiertas ensangrentadas para Campari, sexo oral con gafas de super star Ray-Ban, pin-up de gasolinera para Mac Donad’s... hasta el Corte Inglés no se libra de este ambiente indecente: el ni pop ni porn o versión edulcorada (glamour) de una realidad bastante hard, la del sexo que vende.

Iban Arroniz denuncia con humor la hipocresía y despierta nuestra mirada de adulto sobre las marcas “para todos los públicos” no tan inocentes. ¿hace calor o soy yo?

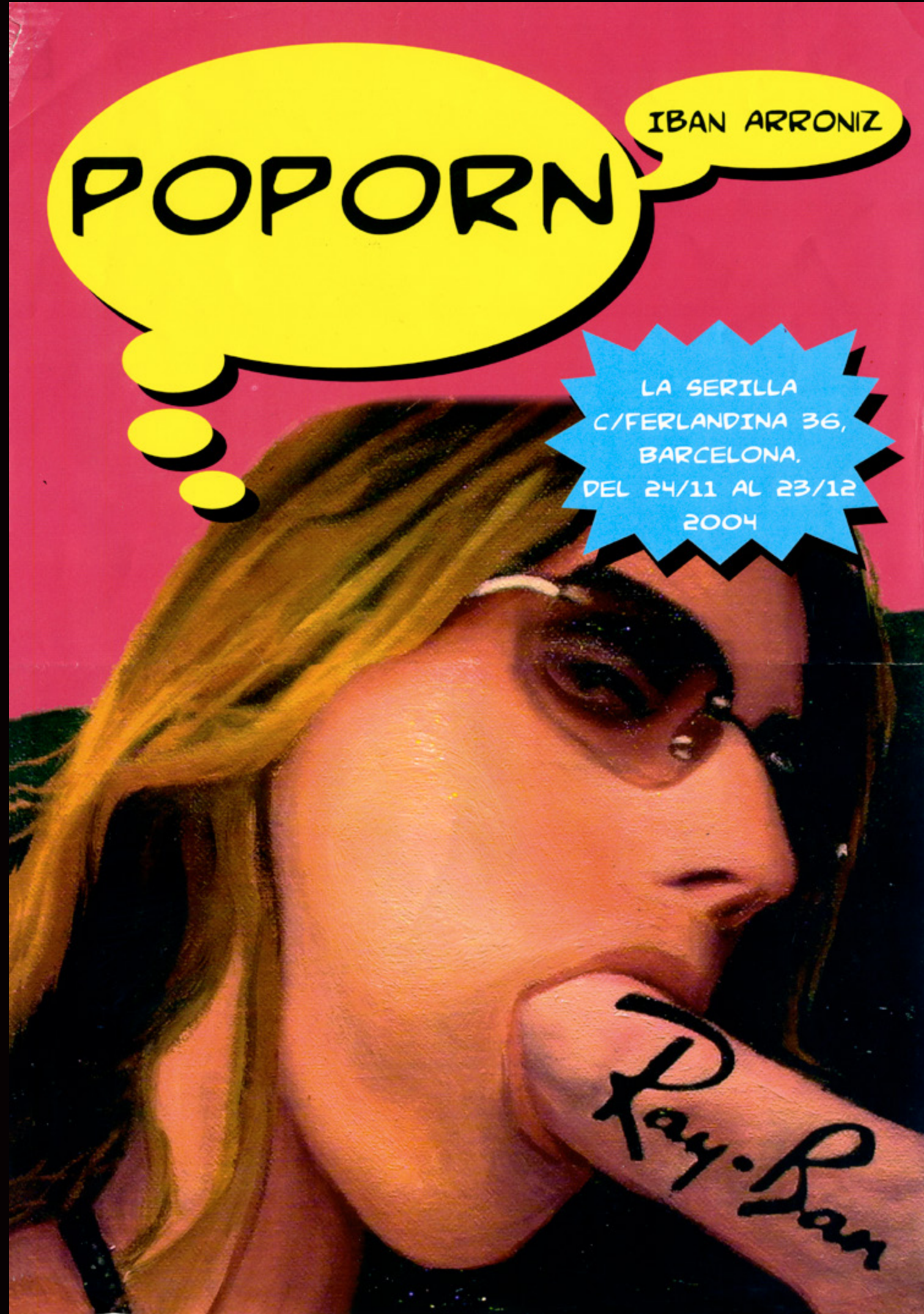
Eva Saint- Arromana. Le Cool Magazine.2005.



POPORN

IBAN ARRONIZ

LA SERILLA
C/FERLANDINA 36,
BARCELONA.
DEL 24/11 AL 23/12
2004



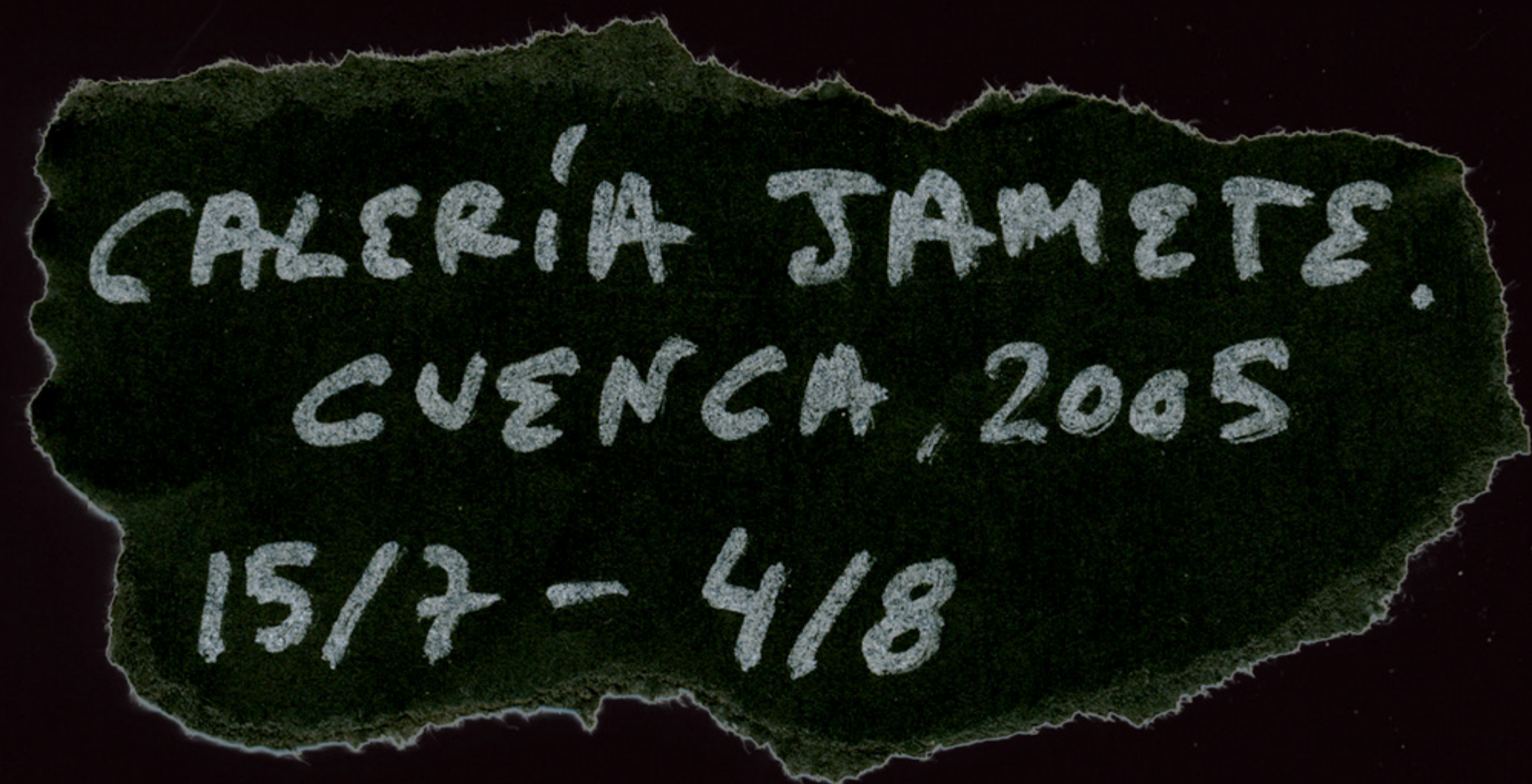
Iban Arroniz (1974), comienza a dibujar ilustraciones y comics desde su infancia. A mediados de los 90 se interna en la disciplina de pintura, con la que comienza a exponer. Con el tiempo se volverá multidisciplinar, adaptando su discurso gráfico a áreas como la fotografía, la ilustración, la infografía, diseño gráfico etc..., Ejemplo de ello es “In no man’s land” , el diario dibujado realizado en Nueva york en 1999. Fue publicado en 2006 gracias a una beca del Gobierno Vasco.

Actualmente aúna todas ellas para producir sus creaciones, siendo la pintura sobre lienzo la técnica final y por la cual su obra es más conocida. Su discurso, a medias entre el Pop Art y el conceptual, se ha caracterizado tanto por su lucidez y crítica de fondo como por su impacto visual. Utiliza íconos publicitarios y de mass –media alternándolos con imágenes descontextualizadas para crear sus propios mensajes.

Su trabajo suele desarrollarse cronológicamente en series “temáticas”.

La serie más expuesta hasta la fecha es “Poporn”, una crítica mordaz a la publicidad sexista. Ha expuesto en galerías en Bilbao, Berlín o Barcelona y en instituciones culturales como Montehermoso o el museo Artium de Vitoria.

Pablo Milicua





Iban Aroniz
del 15 de julio al 4 de agosto de 2005

Chupa Chups

COLABORA:
SOLAN DE CABRAS
PRODUCTOS PARA LA SALUD

galeríajamete.com
alfonso VIII, 26 16001 cuenca
www.galeríajamete.com
m, x, j, v y s. 19'00 a 21'30h. / s, d y festivos. 12'00 a 14'00 h.
l cerrado.



CD-ROM
POPORN
2003
(PLAY RECORDS)



ALL THE PICTURES AND ARTWORKS COMPOSED AND PAINTED BY IBAN A.

ALL THE ARTWORKS DONE AT HOME STUDIO, VITORIA GASTEIZ, SPAIN.

PRODUCTION: VITORIA CITY HALL, MONTEHERMOSO CULTURAL CENTRE, IBAN ARRONIZ.

EXHIBITION: END ART GALLERY, ORANIENSTRASSE 36, BERLIN.

CURATOR: KLAUS THEUERHAUF

MULTIMEDIA PRODUCTION: JOSU HERRAN, IBAN ARRONIZ.

GRAPHIC AND MULTIMEDIA DESIGN: IBAN ARRONIZ.

CD MUSIC: /NEW DRUM FADES/ BY JOY DIVISION. COPYRIGHT CENTRE DATE CO LTD.

BERLIN MANAGEMENT: IRIS CHRISTINA BUCHNER, MARY MATHIUS, EDUARDE HERRAN.

VITORIA MANAGEMENT: ARACELI DE LA HERRAN.

PHOTOS: JOAQUIN LARA, EDUARDE HERRAN.

THANKS: KLAUS THEUERHAUF, END ART GALLERY BERLIN, DANI CASTILLEJO,

EDUARDE HERRAN, JAVI PILOTO, IRIS CHRISTINA BUCHNER, MARY MATHIUS, IZASKUN,

JOAQUIN LARA, CARLOS GODES, HOKO RICO, ANNE WOLLMANN,

AMALUR, WORLDSEX.COM, BANGBUS.COM, DOBFART.COM, PINKWORLD.COM,

ZADORA.COM

COPYRIGHT 2003 PLAY RECORDS PICTURES

COPYRIGHT 2003 IBAN ARRONIZ

KAREN MAKE

oil on plotted canvas, 30 x 30 cm.

ME DONALD

oil on plotted canvas, 34 x 34 cm.

OLD EL PASO

oil on plotted canvas, 20 x 23,5 cm.

KINDER

oil on plotted canvas, 20 x 24,5 cm

WARRIOR

oil on plotted canvas, 21 x 21,5 cm.

HAIRU

oil on plotted canvas, 16 x 23,5 cm.

CHUPA CHUPS

oil on plotted canvas, 17 x 22,5 cm.

TURM SAHNE

oil on plotted canvas, 16 x 21 cm.

RAY - BAN

oil on plotted canvas, 20 x 20 cm.

ALLE BILDER UND WERKE ANGEFERTIGT UND GESTALTET DURCH IBAN A.

ALLE WERKE SIND IM WOHNATELIER (VITORIA, SPANIEN) ENTSTANDEN

DURCHFÜHRUNG: STADTART VITORIA, KULTURZENTRUM

MONTENHERMOSO, IBAN AARONIZ.

AUSSTELLUNG: END ART GALLERY, ORANIENSTRASSE 36, BERLIN

VERTRETER: KLAUS THEVERNHAUF

MULTIMEDIA PRODUKTION: JESU HIERRO, IBAN AARONIZ

GRAPHIK DESIGN UND MULTIMEDIA DESIGN: IBAN AARONIZ

CD MUSIK: /NEW DAWN FADES/ VON JOY DIVISION. COPYRIGHT CENTRE DATE 00 LTD.

ASSISTENTEN BERLIN: IRIS CHRISTINA BUCHNER, MARY MATHIUS, EDUARDE HERRAN.

ASSISTENTEN VITORIA: ARAELI DE LA NORRA

FOTOGRAFIE: JORQUIN LARA, EDUARDE HERRAN.

DANKSAGUNGEN AN: KLAUS THEVERNHAUF, END ART GALLERY BERLIN, DANI CASTILLEJO,

EDUARDE HERRAN, JAVI PILOTO, IRIS CHRISTINA BUCHNER, MARY MATHIUS, IZASKUN,

JORQUIN LARA, CARLOS CODES, KIKO RICO, ANNE WOLLMANN, AMALIA, WORLDSEX.COM

BANGBUS.COM, DOGFART .COM, PUNKWORLD.COM, ZADINA .COM

COPYRIGHT 2003 PLAY RECORDS PICTURES

COPYRIGHT 2003 IBAN AARONIZ

DEDICATED TO EDDIE, MY LOVE, MY LEARNING, MY EVERYTHING.

COPYRIGHT 2003 PLAY RECORDS PICTURES

EDUCO

PLAY RECORDS PICTURES
100%

10041A

endART



play records pictures
100%



IBAN ARZONIZ

POPCORN



UNIVERSITY OF VALENCIA
BIBLIOTECA



MONTENEMOSO

All rights of the producer and the owner of the film are reserved. Unauthorized copying, hiring, lending, public performance and broadcasting prohibited.

BLACH AND DECKER

KAIKU

CHUPA CHUPS

TURM SAHNE

RAY - BAN

BAREN MARKE

MC DONALDS

OLD EL PASO

KINDER

HARIBO

10 BONUS
DRAWINGS



Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz
Vitoria-Gasteiz Udala

© & P 2003 Play Records Pictures / © 2003 Endart / © 2003 Iban Arroniz. Manufactured and distributed by Play Records.
All rights reserved. Unauthorized duplication is a violation of applicable laws.



play records pictures

endART

PINTURAS



Baren Marke. Óleo sobre lienzo plateado. 30,5 x 30 cm. 2003.



Mc Donald's. Óleo sobre lienzo ploteado. 33 x 30 cm. 2003.



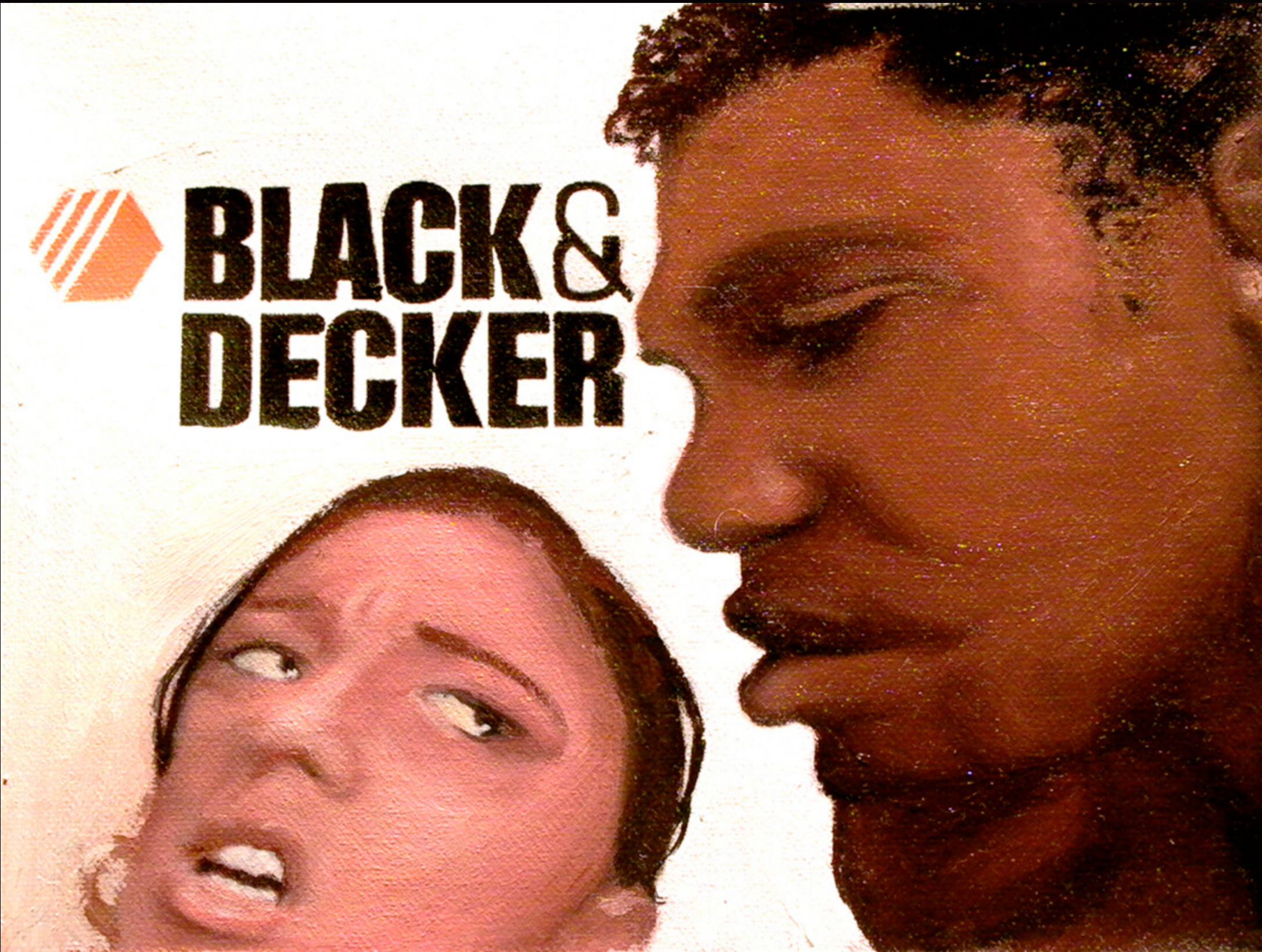
Old El Paso. Óleo sobre lienzo ploteado. 20 x 23,5 cm. 2003.



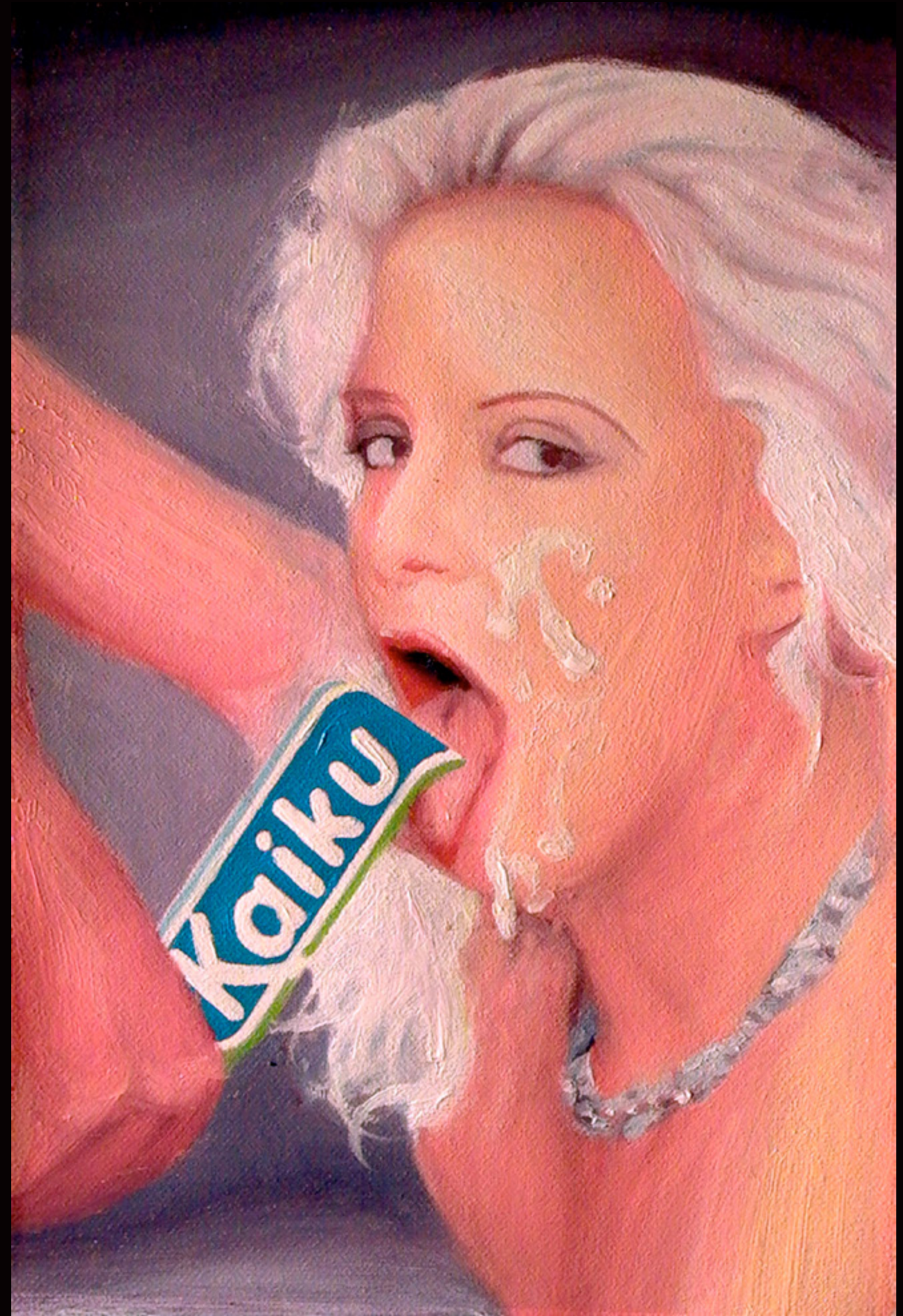
Kinder. Óleo sobre lienzo ploteado. 20 x 25 cm. 2003.



Haribo. Óleo sobre lienzo ploteado. 21,5 x 21,5 cm. 2003.



Black & Decker. Óleo sobre lienzo ploteado. 20 x 15 cm. 2003.



Kaiku. Óleo sobre lienzo ploteado. 16 x 23,5 cm. 2003.



Chupa Chups. Óleo sobre lienzo plateado. 17 x 22,5 cm. 2003.



Turm Sahne. Óleo sobre lienzo plateado. 16 x 21 cm. 2003.



Café de Colombia. Óleo sobre lienzo plateado. 20,5 x 15,5 cm. 2003.

Ray-Ban. Óleo sobre lienzo plateado. 20 x 20 cm. 2003.



La Lechera. Óleo sobre lienzo ploteado. 20 x 13 cm. 2003.



Oreo. Óleo sobre lienzo ploteado. 20,5 x 18 cm. 2003.



Plátano de Canarias. Óleo sobre lienzo ploteado. 31 x 15,3 cm. 2003.



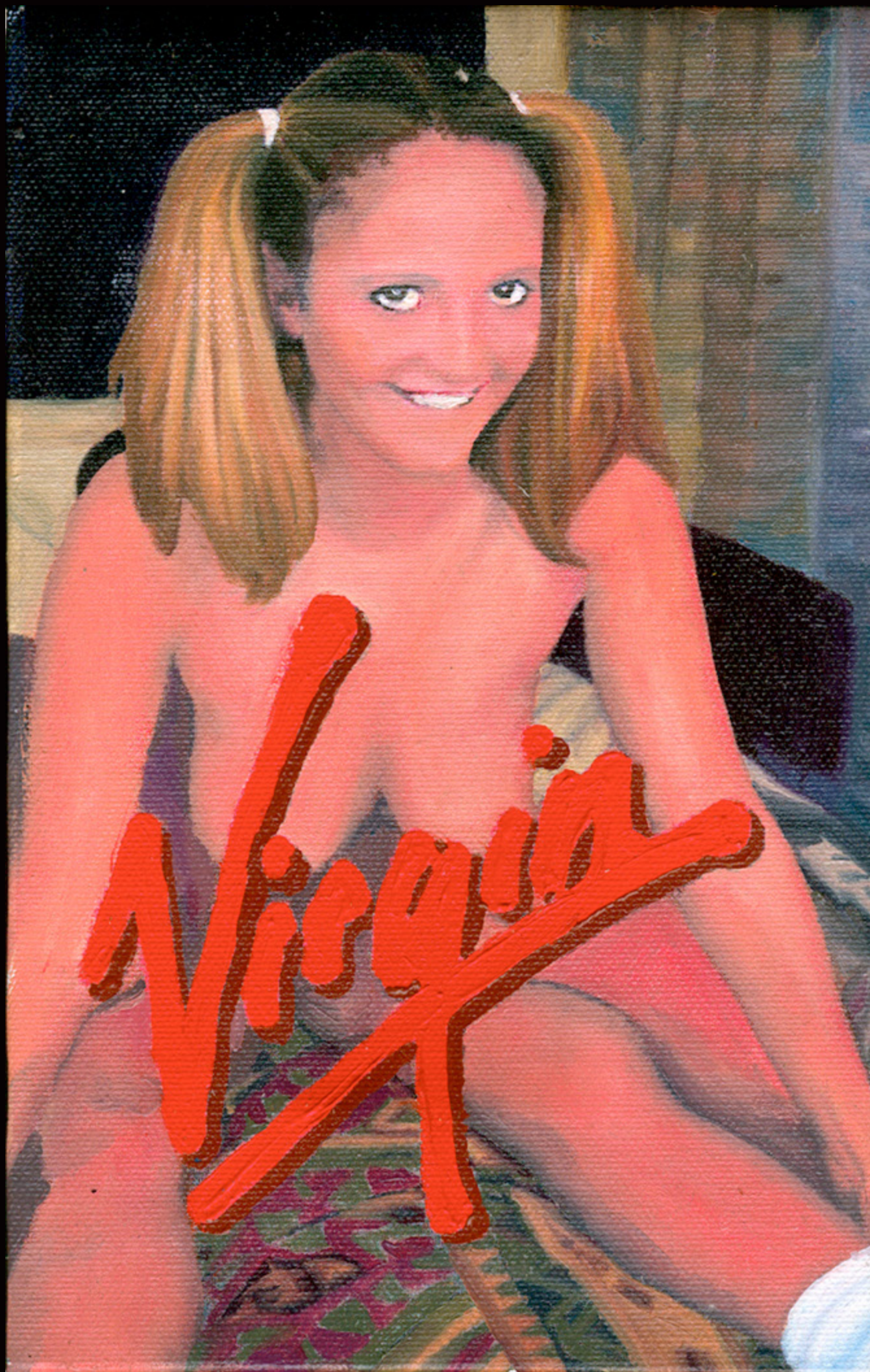
Pritt. Óleo sobre lienzo plateado. 20 x 14,5 cm. 2003.



Smith & Wesson. Óleo sobre lienzo plateado. 30 x 28 cm. 2003.



Vaseline. Óleo sobre lienzo ploteado. 20 x 14,5 cm. 2003.



Virgin. Óleo sobre lienzo plateado. 15,5 x 24 cm. 2003.

DIBUJOS







Oreo. Óleo rebajado, tinta, rotuladores sobre papel impreso. 29,7 x 21cm. 2004.



Franciskaner. Óleo rebajado, tinta, rotuladores sobre papel impreso. 29,7 x 21cm. 2004.



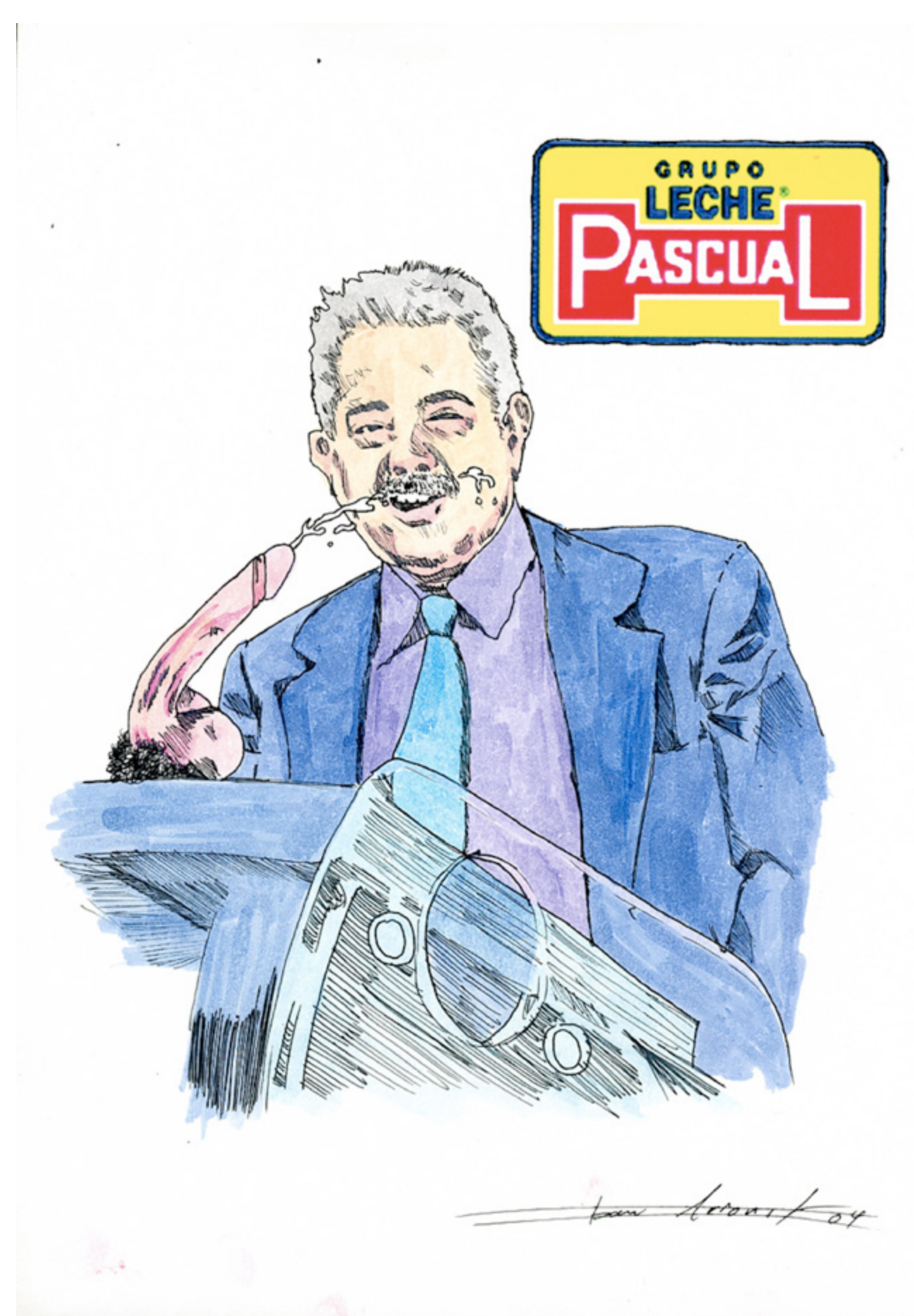
Campari. Óleo rebajado, tinta, rotuladores sobre papel impreso. 29,7 x 21cm. 2004.



San Miguel. Óleo rebajado, tinta, rotuladores sobre papel impreso. 29,7 x 21cm. 2004.



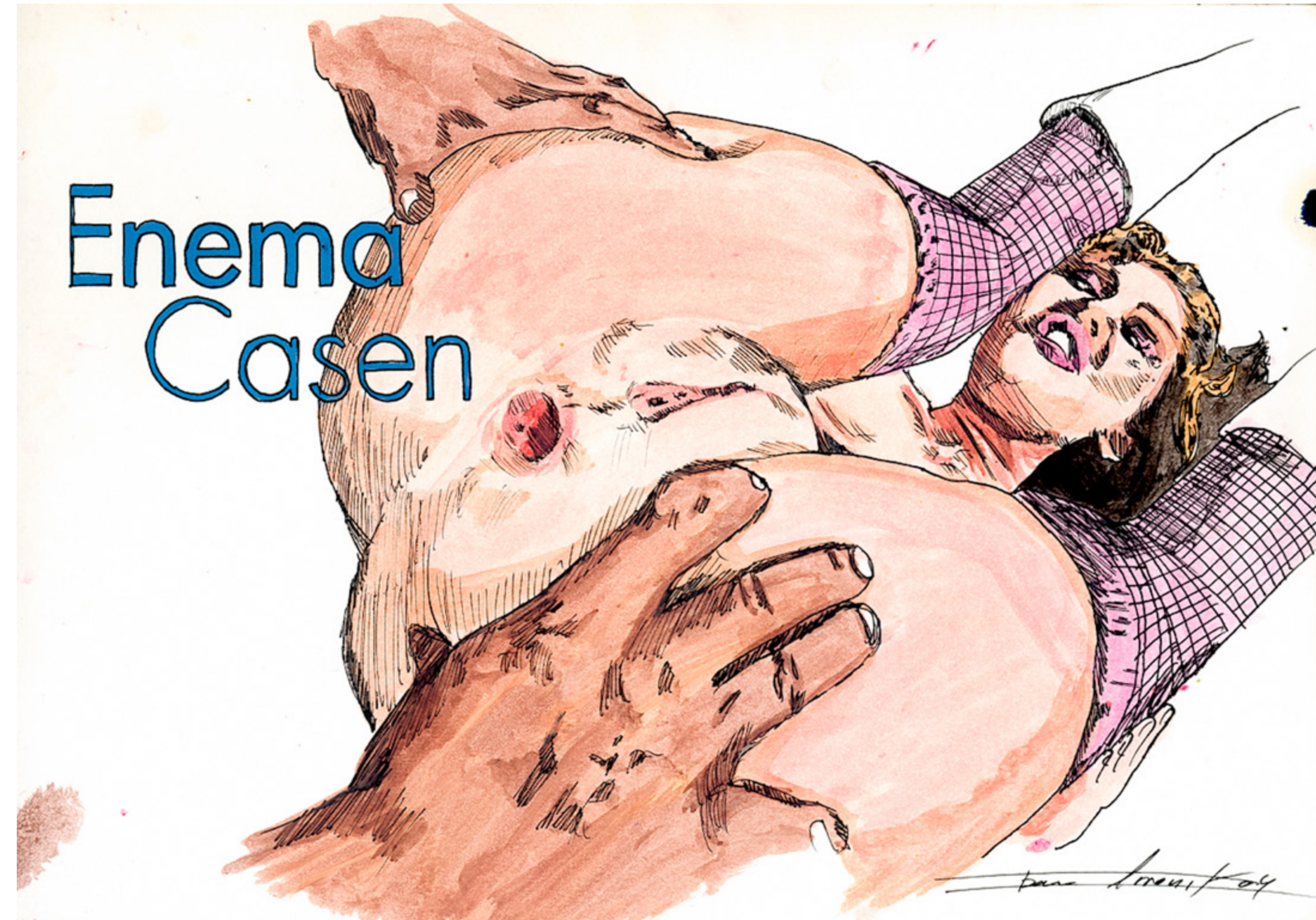
Nocilla. Óleo rebajado, tinta, rotuladores sobre papel impreso. 29,7 x 21cm. 2004.



Pascual. Óleo rebajado, tinta, rotuladores sobre papel impreso. 29,7 x 21cm. 2004.

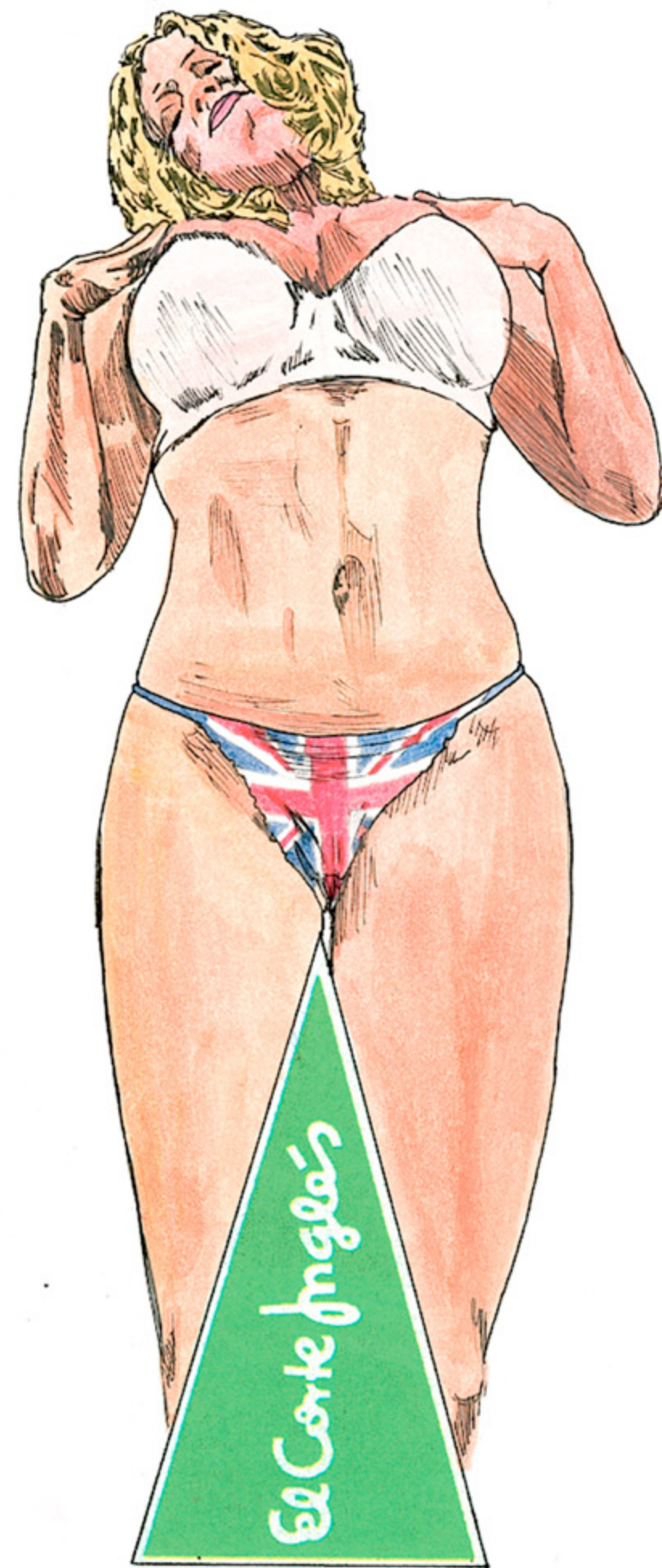


Bosch. Óleo rebajado, tinta, rotuladores sobre papel impreso. 29,7 x 21cm. 2004



Enema Casen. Óleo rebajado, tinta, rotuladores sobre papel impreso. 29,7 x 21cm. 2004.

Chiquita. Óleo rebajado, tinta, rotuladores sobre papel impreso. 29,7 x 21cm. 2004.



Cola Cao. Óleo rebajado, tinta, rotuladores sobre papel impreso. 29,7 x 21cm. 2004.

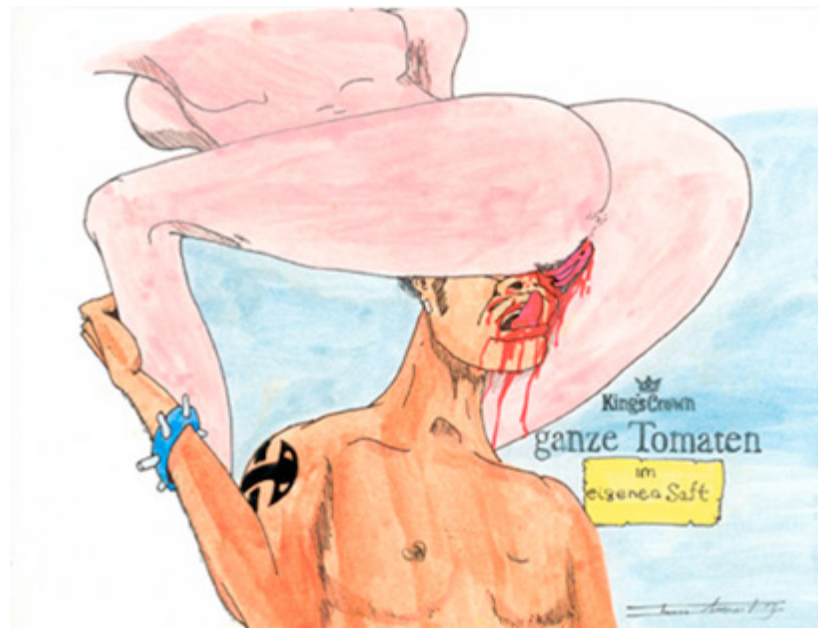
El Corte Inglés. Óleo rebajado, tinta, rotuladores sobre papel impreso. 29,7 x 21cm. 2004.



SHISEIDO

Tania Amor 04

Shisheido. Óleo rebajado, tinta, rotuladores sobre papel impreso. 29,7 x 21cm. 2004.



Dole / Bitburger / West / Berliner Kindl / Nusspli. Óleo rebajado, tinta, collage y rotuladores sobre papel.
27 x 21 cm. c/u. 2003.

King's Crown / Magnum / Besser ankommen / Nutella / How are you?. Óleo rebajado, tinta, collage y rotuladores sobre papel.
27 x 21 cm. c/u. 2003.

endart



Iban Arroniz (1974), comienza a dibujar ilustraciones y comics desde su infancia. A mediados de los 90 se interna en la disciplina de pintura, con la que comienza a exponer. Con el tiempo se volverá multidisciplinar, adaptando su discurso gráfico a áreas como la fotografía, la ilustración, la infografía, diseño gráfico etc...,

Ejemplo de ello es “In no man’s land” , el diario dibujado realizado en Nueva York en 1999. Fue publicado en 2006 gracias a una beca del Gobierno Vasco.

Actualmente aúna todas ellas para producir sus creaciones, siendo la pintura sobre lienzo la técnica final y por la cual su obra es más conocida. Su discurso, a medias entre el Pop Art y el conceptual, se ha caracterizado tanto por su lucidez y crítica de fondo como por su impacto visual. Utiliza íconos publicitarios y de mass –media alternándolos con imágenes descontextualizadas para crear sus propios mensajes.

Su trabajo suele desarrollarse cronológicamente en series “temáticas”.

La serie más expuesta hasta la fecha es “Poporn”, una crítica mordaz a la publicidad sexista.

Ha expuesto en galerías en Bilbao, Berlín o Barcelona y en instituciones culturales como Montehermoso o el museo Artium de Vitoria.

Pablo Milicua



© 2023